

高新技术企业无形资产运营策略

荆 龙 姣

随着技术化、知识化、信息化、网络化的新经济的到来,企业赖以生存和发展的核心利润源已发生转变。从以土地、设备、存货等实物型资产为主,演变为以实物型资产和现金、存款、投资等财务型资产为主,进而演变为以无形资产为主。无形资产俨然成为知识经济时代价值创造的核心,在经济发达国家,科学技术在经济增长的贡献率已达 60%—80%。

高新技术企业是技术密集、知识密集的经济实体。由于拥有多于一般企业的无形资产,因此只要高新技术企业在运营管理上策略适当,必然会获得高出一般企业的价值创造。

一、高新技术企业无形资产的特点

(一)无形资产在总资产中的比重比较大

相较于专注生产最终形成产品的传统企业,高新技术企业中的无形资产不再是产品开发的附属产品,而是居于知识支撑型企业的主导地位。高新技术企业以拥有高质量的无形资产为先决条件,其产品或劳务具有技术复杂、创新性高、产品引导需求等特征。这个特征决定了高新技术企业必须将主要精力投放在市场调查研究与开发新产品上,以及随之而来的营销、推广等活动中,进而产生了如知识产权、营销渠道、客户群体等一系列无形资产。从国际水平来看,高新技术企业无形资产比重在总资产中是比较大的,通常达到 30%左右。

(二)无形资产开发投入数额多

较高强度的投入,是高新技术企业区别于传统行业最显著的特征,它能够保证产品的高技术含量,保证高新企业的生存和发展。因而,自创无形资产的研究与开发支出占产品销售额(产值)的比例,以及高技术人员的比例均为确认高新技术企业的基本指标之一,如世界经济合作与发展组织(OECD)规定当研究与发展经费/产值达到 10%以上,高技术人员达到 30%以上才能被确认为高新技术部门。我国也有类似规定。从实际情况看,我国高新技术企业每年投入的研发费用在 4%左右,技术人员的比例均值为 22.6%左右,均高于一般企业。

二、高新技术企业无形资产价值创造机理

中外学者对企业无形资产投入与价值创造的关系进行了实证检验,如戴书松^[1]等,研究表明企业无形资产的投资支出显著地增加了企业的价值创造。在高新技术企业中,无形资产更是价值创造的主导力量。高新技术企业无形资产获得的价值创造是通过以下几个途径获得的。

(一)报酬递增

与有形资产投资的边际报酬递减特征不同,无形资产投资往往呈现边际报酬递增的特征。大多数无形资产是非竞争性的,即它们可以同时配置于不同的场合,可以重复使用,且不影响其效用。无形资产的用途只受到市场规模的限制,而不受其本身已经被使用程度的影响。因此,规模越大无形资产创造价值越多。

(二)创新效应

熊彼特明确提出创新是价值创造的驱动因素,并将超额利润归因为创新的结果。无形资产是企业

创新智力和知识的集中体现,是产品、生产方式、原料、市场、营销渠道等创新的结果,在企业中创新活动通过无形资产来体现价值。高新技术企业拥有的无形资产需要长期投资来形成,竞争对手在短时间内难以模仿或仿制,因而企业能够获得竞争优势,产生超额利润。

(三) 垄断优势

垄断性是无形资产的共同特性,是由于独占某项无形资产而取得的获利优势。企业拥有其他企业所没有的特权和优势,是企业获得超额利润的前提。无形资产是否能够创造价值,取决于企业拥有的某种权力和优势在同行业中是否形成垄断,垄断程度越高,获利能力越强,无形资产创造价值越多。

三、高新技术企业无形资产运营策略

无形资产和有形资产及金融资产一样拥有运营获利的能力^[2]。跨国高新技术公司如惠普、IBM、佳能、微软等通过对无形资产的运营成功获得超额收益。我国高新技术企业获利能力远不如跨国公司,除了投入差距外,缺乏对无形资产的有效运营和利用也是主要的原因。很多的高新技术企业缺乏活化运营无形资产的意识,在专利形成后,除了生产产品,往往将其闲置在账面,忽视了无形资产能够带来的规模效益,造成了资源的极大浪费,错过了占据行业竞争优势和获得超额利润的机会。高新技术企业应利用无形资产规模递增的特性,采用多种方式将无形资产输出,最大可能地用好无形资产尽快获得竞争优势。

(一) 完善无形资产营运前提

强化无形资产管理制度是无形资产运营的前提条件。目前我国高新技术企业中无形资产的确认计量、运营维护、报废等都比较混乱,缺乏统一的管理。而对无形资产基本情况的清晰准确的登记,以及准确的计价是无形资产运营的前提。

1. 统一名称,并建立无形资产“户籍册”

现阶段我国的无形资产登记情况不容乐观。同一内容的无形资产有的部门进行登记,有的部门没有登记,而且登记的名称也五花八门,这给无形资产的管理带来了极大的困难。为了无形资产的有效运营,高新技术企业内部要统一和规范无形资产名称,并对企业所有的无形资产进行专人或是专科室统一管理。无形资产建立“户籍册”,这个“户籍册”的内容应超越会计中无形资产确认的内容,将整个高新技术企业的所有无形资产申请、登记、评估、使用、运营、维护、报废等情况都登记在册,并定期进行审计、评估和对外披露。

2. 统一标准,并较准确地计量和评估无形资产

无形资产的计价分为入账价和评估价两个部分。入账价是首次确认计入账簿的价格。评估价是在无形资产存续期间的评估价格,评估的原因是无形资产价值波动较大,如不定期对无形资产进行评估,则难以掌握最新的资产价值。无形资产的计价一直是个难题,原因是评估标准众多,计入账簿的价格难以达到客观、公正、准确。而且由于无形资产的计价准确度不高,所以不能为无形资产运营提供有用的定价基础。高新技术企业要依靠国家、评估机构及企业三者的力量,尤其是依靠第三方评估机构的力量,在总结现行资产评估体系经验的基础上,力求对本企业无形资产有一个比较准确的评估,为无形资产的运营决策提供有用的数据。如果高新技术企业评估出一个较为准确的价值作为定价的基础,那么将会有更多的银行、企业等参与无形资产的营运。

(二) 丰富无形资产融资方式

无形资产抵押担保是无形资产的主要融资方式。从2002年起,我国鼓励商业银行试办中小企业专利权抵押贷款业务,支持企业以无形资产作价进行抵押贷款。近几年,北京、天津、深圳、广东、湖南等省市为支持本地中小企业发展和科技创新成果转化,先后出台了一些地方性法规,鼓励无形资产抵押贷款,并进行了试点。

虽然无形资产抵押是现行金融体制下无形资产的唯一融资策略,但是对于拥有众多无形资产的高新技术企业来说融资的方式和获得贷款的数额远远不够。高新技术企业还可以探讨和尝试运用知识产权证券化来进行融资。知识产权证券化,即发起人将其具有可预期现金收入流量的知识产权,通过一定的结构安排对知识产权中风险与收益要素进行分离与重组,转移给一个特设载体,由后者发行一种基于

该资产所产生的现金流的可以出售和流通的权利凭证,据以融资的过程。知识产权证券化实质上是一种基于特定无形资产的结构融资。

当然,知识产权证券化还有一些问题需要在实践中进一步研究商讨。比如证券化知识产权范围的确定,究竟什么样的知识产权适合于证券化;证券化的知识产权如何评价,尤其是在考虑了专利期限,专利费支付,知识产权的托管费等因素后,对证券化的资产如何定价的问题。虽然知识产权证券化的普及还需要一定的时间,但是利用这种方式融资将成为高新技术企业今后融资的趋势。

(三)按照无形资产技术含量匹配营运策略

关于无形资产营运策略的研究,罗勇认为企业有效营运无形资产主要采用以下几种策略:延伸策略、融资策略、扩张策略^[3]。关丽荣、赵强阐述了无形资产营运策略主要包括无形资产开发策略、无形资产延伸策略、无形资产融资策略、无形资产扩张策略、无形资产分配策略^[4]。虽然前人在无形资产营运采用哪些策略方面有所进展,但是他们并没有明确细分各种策略的适用范围。在知识经济时代,无形资产具有极大的不确定性,先进的管理模式或专利技术可能在极短时间内被竞争对手采用或模仿,因而失去价值。所以,笔者认为高新技术企业可以按照无形资产的技术含量分成两类,不同技术含量的无形资产匹配不同的营运策略。

1. 无形资产技术含量高,对手难以模仿时,高新技术企业宜采用扩张策略。

当高新技术企业的无形资产技术含量较高,难于模仿时,该无形资产在短期内被竞争对手模仿或改进,进而冲击本企业技术优势的风险较小。这时高新技术企业拥有创新优势和垄断优势,易于采用无形资产的低成本扩张策略,进行无形资产输出。企业利用名牌效应、技术优势、管理优势、销售网络等无形资产可以盘活有形资产,通过加盟、特许经营、经销代理、技术许可、兼并和简单复制等形式实现低成本扩张。扩张策略的目的是降低成本、增加销量、占领市场。扩张策略在一定阶段内扩大了高新技术企业的垄断优势,使高新技术企业能够在最短的时间内迅速获得规模效益,并为竞争对手设置进入壁垒。

2. 无形资产技术含量低,对手容易模仿时,高新技术企业适用于组合延伸策略。

当企业的无形资产技术含量低,竞争对手容易模仿时,企业的创新优势和垄断效应不明显,无形资产被竞争对手模仿进而缩短其经济寿命的风险很大。这时可以将该无形资产和其他企业的无形资产进行组合,如本企业的技术和其他企业的销售渠道组合,商标和专利组合等,形成合作、协作或是联盟。在无形资产组合后,因组合的复杂性、创新性,竞争对手一时难以模仿和突破,因此高新技术企业和合作企业利用该组合共同生产销售产品或是延伸无形资产,企业可以部分地保有创新效应和垄断效应以及全部规模效益,同时延长了无形资产的使用寿命降低了风险。

四、结 论

高新技术企业因其拥有多项无形资产,具有价值创造的优势。但是,我国高新技术企业的无形资产营运程度远低于国际平均水平,无形资产往往入账后即闲置,有些甚至不入账,这样不仅造成了资产的浪费,企业也错失了获得超额利润和竞争优势的良机。笔者提出高新技术企业要建立完善无形资产运营前提,丰富无形资产融资方式,并按照无形资产的技术含量匹配不同的营运策略,有助于实现无形资产的保值增值,促进高新技术企业的发展。

[参 考 文 献]

[1] 戴书松. 无形资产投资、价值创造与经济增长方式转变[D]. 上海:上海社会科学院,2007:20—33.

[2] 李春艳,李清. 企业软实力及其形成的关键因素分析[J]. 东北师大学报:哲学社会科学版,2010(1):38—42.

[3] 罗勇. 企业如何有效营运无形资产[J]. 财会通讯,2001(4):16—17.

[4] 关丽荣,赵强. 浅谈无形资产的运营管理[J]. 商业时代,2005(15):35.

(作者单位:厦门大学;湖南第一师范学院经管系)

[责任编辑:秦卫波]